

**PENERAPAN UJI PERINGKAT BERTANDA WILCOXON,
UJI U MANN WHITNEY DAN ANALISIS BILOT UNTUK
MEMBANDINGKAN SIKAP MASYARAKAT KOTA PADANG
TERHADAP MERK PAKAIAN BERDASARKAN JENIS PEKERJAAN**

SKRIPSI SARJANA MATEMATIKA

OLEH :

DICE AFRIYANI

04134036



**JURUSAN MATEMATIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2008**

ABSTRAK

Pada penelitian ini dibandingkan sikap masyarakat yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan di Kota Padang terhadap merk pakaian dengan Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon dan Uji U Mann Whitney. Secara umum disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan sikap masyarakat yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan terhadap merk pakaian untuk masing-masing fungsi merk. Dari perbandingan pada masing-masing kelompok pekerjaan, diketahui bahwa pada kelompok masyarakat yang bekerja sebagai karyawan swasta terdapat perbedaan sikap pada fungsi identitas dan citra dari merk pakaian. Sedangkan pada kelompok mahasiswa/pelajar yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan diketahui bahwa terdapat perbedaan sikap pada fungsi kualitas dan loyalitas serta keputusan pembelian suatu produk pakaian.

Dengan analisis Biplot diperoleh informasi bahwa keragaman jawaban masyarakat tentang fungsi kualitas dan loyalitas relatif kecil dari keragaman fungsi lainnya. Selain itu, diperoleh informasi bahwa fungsi kualitas dan loyalitas suatu merk pakaian mempunyai hubungan keeratan yang besar terhadap keputusan pembelian suatu produk pakaian.

Kata Kunci : merk, sikap, fungsi, uji peringkat bertanda Wilcoxon, uji U Mann Whitney, analisis Biplot.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejalan dengan meluasnya arus globalisasi baik di bidang sosial, ekonomi, budaya maupun bidang-bidang lainnya, sektor industri dan perdagangan mengalami peningkatan dan kemajuan yang sangat pesat baik dalam negeri maupun luar negeri. Kegiatan perdagangan itu sendiri sangat erat kaitannya dengan kegiatan produksi barang.

Sistem perdagangan dan persaingan bebas telah memunculkan berbagai produksi barang sejenis oleh produsen yang berbeda. Agar barang yang diproduksi untuk diperdagangkan dalam pasar bebas menemui sasaran yang efektif, baik kualitas, kegunaan dan kelebihanannya dari barang sejenis produksi perusahaan lain, biasanya barang tersebut diberi tanda berupa cap atau nama merk tertentu. Hal ini dilakukan untuk membedakan produk yang satu dengan produk sejenis lainnya.

Pada kasus di lapangan, terdapat perbedaan sikap masyarakat terhadap merk suatu produk. Ada masyarakat yang masih sangat mempertimbangkan merk dalam memilih suatu produk. Jika produk dengan merk yang diinginkan tidak ada di suatu pasar atau toko, maka mereka tidak jadi membeli, dengan alasan sudah terbiasa menggunakan produk merk tersebut. Agar kebutuhannya tetap terpenuhi, maka masyarakat akan terus mencari hingga menemukan produk dengan merk yang diinginkan. Namun ada juga masyarakat yang tidak begitu mempertimbangkan merk, tetapi hanya mengutamakan jenis produk yang dicari. Selain itu, dalam memilih suatu produk harga jual juga sangat dipertimbangkan

Selain itu, dalam memilih suatu produk harga jual juga sangat dipertimbangkan oleh masyarakat. Ada masyarakat yang memilih produk merk terkenal dengan harga yang lebih tinggi, namun ada juga masyarakat yang mengesampingkan merk dan lebih mempertimbangkan harga dengan memilih produk dari merk yang tidak terkenal dengan harga yang lebih murah.

Padang merupakan kota yang terus berkembang. Perkembangan kota Padang dengan dinamika dan aktivitas penduduknya yang terus berkembang menyebabkan terjadinya peningkatan dalam perdagangan dan industri, baik produk yang bersifat konsumtif maupun nonkonsumtif. Ketatnya persaingan dalam perdagangan bebas menyebabkan perusahaan harus mampu melakukan strategi yang tepat agar dapat bertahan dan mengungguli pesaingnya

Untuk mengetahui strategi yang tepat, maka perusahaan harus mengetahui karakter masyarakat yang menjadi sasarannya karena masing-masing karakter memiliki sikap yang berbeda terhadap merk. Karakter tersebut diantaranya meliputi jenis kelamin dan jenis pekerjaan. Oleh karena itu, diperlukan sebuah analisis untuk melihat perbedaan sikap masyarakat terhadap merk.

Uji peringkat bertanda Wilcoxon dan uji U Mann Whitney adalah prosedur statistik yang membahas perbedaan antara dua sampel yang berpasangan. Dengan uji peringkat bertanda Wilcoxon akan diteliti apakah terdapat perbedaan sikap antara masyarakat yang berjenis kelamin laki-laki dengan perempuan terhadap merk. Sedangkan dengan uji U Mann Whitney akan diteliti apakah terdapat perbedaan sikap masyarakat pada masing-masing kelompok pekerjaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Secara keseluruhan, sikap masyarakat yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan terhadap merk pakaian tidak berbeda nyata. Tetapi dengan dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap masyarakat berdasarkan jenis pekerjaan ditemukan ada beberapa perbedaan sikap masyarakat terhadap merk pakaian.

Pada kelompok masyarakat yang bekerja sebagai PNS dan pedagang, tidak terdapat perbedaan sikap terhadap merk pakaian. Sedangkan pada kelompok masyarakat yang bekerja sebagai karyawan swasta terdapat perbedaan sikap terhadap fungsi identitas dan citra dari suatu merk pakaian. Perbedaan sikap juga terjadi pada kelompok mahasiswa dan pelajar, yaitu perbedaan sikap pada fungsi kualitas dan loyalitas serta fungsi keputusan pembelian dari suatu merk pakaian.

Dari analisis biplot diperoleh informasi bahwa keragaman jawaban masyarakat tentang fungsi kualitas dan loyalitas relatif kecil. Sedangkan pada fungsi keputusan pembelian masyarakat mempunyai keragaman jawaban yang besar dalam memutuskan pembelian suatu produk pakaian. Selain informasi di atas, juga dapat diperoleh informasi bahwa fungsi kualitas dan loyalitas suatu merk pakaian mempunyai hubungan keeratan yang relatif besar terhadap keputusan pembelian suatu merk pakaian.

5.2 Saran

Dalam kegiatan perdagangan, untuk dapat tetap bertahan dan unggul dari pesaingnya, perusahaan sebagai produsen diharapkan mampu dan jeli melihat karakter dan sikap masyarakat yang menjadi sasarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arikunto, S. 2005. *Manajemen Penelitian*. Rineka Citra, Jakarta
- [2] Murti, B. 1996. *Penerapan Metode Statistik Nonparametrik dalam Ilmu-ilmu Kesehatan*. Gramedia, Jakarta
- [3] Steel, R dan JH. Torrie. 1989. *Prinsip dan Prosedur Matematika*. PT Gramedia, Jakarta
- [4] Siegel, S. 1996. *Statistik Nonparametrik Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. PT Gramedia, Jakarta
- [5] Singarimbun, M dan S. Effendi (Editor). 1989. *Metode Penelitian Survei*. LP3S, Jakarta
- [6] Supranto, J. 2004. *Analisis Multivariat, Arti dan Interpretasi*. PT Rineka Cipta, Jakarta
- [7] Sunyoto, D. 2007. *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat*. Amara Books, Yogyakarta
- [8] Walpole, RW. 1995. *Pengantar Statistika*. PT Gramedia, Jakarta